

# UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Carrera: Publicidad

Materia: Seminario de Investigación

Titular: Profesor Juan Bautista GONZALEZ SABORIDO

Alumno: Ary GERSON



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Tema: **COMUNICACION AL CLIENTE**

**JULIO 1995**

Quiero agradecer en este trabajo a Gerardo y a Lita

porque gracias a ellos estoy donde estoy.

GRACIAS PA, GRACIAS MA.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **INDICE: COMUNICACION AL CLIENTE**

- Enfoque del trabajo

- Introducción

- El cambio
- Lo que necesitan las instituciones para sobrevivir
- El rol de la comunicación

- Parte I: Comunicación enfocada al cliente

- Comunicación en los medios
- Comunicación directa
- Diferencia entre producto y servicio
- Que es servicio
- La gente busca comunicarse
- Momentos de verdad
- Triangulo de servicio
- Valor al cliente
- Contacto con la gente



- Parte II: Comunicación hacia adentro

- Espiritu de servicio
- El equipo
- Aprendizaje en equipo
- Servicio interno
- Aplausos!

- TRABAJO DE CAMPO: CASO A.M.CA., EMPRESA DE SERVICIOS

- Conclusión: El Desafío



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

## **ENFOQUE DEL TRABAJO:**

Uno de los factores más importantes en la satisfacción al cliente es la comunicación. Es una de las herramientas que utilizan las instituciones para acercárseles a sus potenciales consumidores.

Me atrevo a decir que: *“a mayor y mejor comunicación, mayor satisfacción del cliente. Por lo tanto, al haber más satisfacción los clientes son fieles y se los puede retener con mayor facilidad”*.

En la actualidad la comunicación es esencial en todos los aspectos de la vida cotidiana de una persona. Uno de estos aspectos, en el cual baso mi tesis, es cuando la persona cumple el rol de “cliente”.

En el mercado se presentan infinitudes de ofertas de distintos tipos: artículos, productos, mercaderías, en diferentes calidades, formas y tamaños. El ser humano está expuesto a todas ellas. Por lo tanto es una constante de mensajes que le llegan para que su mente los decifre y esta sepa por cual de todas optar.

Hay dos tipos de comunicaciones importantes en esta hipótesis:

- 1-La comunicación con el cliente.
- 2-La comunicación interna.

1- La comunicación con el cliente puede ser por medio de los medios masivos, o bien con un contacto directo.

2- La comunicación interna es la que se encuentra dentro de las empresas.

Sirve para una mayor fluidez en los circuitos del ámbito laboral y para mejorar las habilidades comunicacionales con los clientes.

